

**ANALISIS PENGARUH CITRA MERK, KUALITAS PRODUK DAN
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL HONDA HR-V DI SOLO RAYA**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

ARIF SHOLEH SOFIYANTO

B100120267

**PROGRAM STUDI MANAJ EMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL HONDA HR-V DI SOLO RAYA**

SKRIPSI

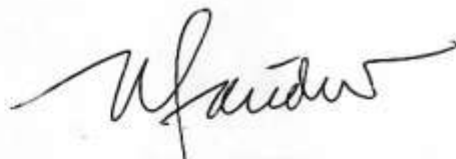
Yang ditulis oleh:

ARIF SHOLEH SOFIYANTO

B100120267

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. M. Farid Wajdi M.M., Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL HONDA HR-V DI SOLO RAYA**

Yang ditulis oleh:


ARIF SHOLEH SOFIYANTO

B100120267

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 17 Juni 2016

Pembimbing



(Drs. M . Farid Wajdi, MM.,Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, S.E M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ARIF SHOLEH SOFIYANTO

NIM : B 100120267


Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP
MOBIL HONDA HR-V (DI SOLO RAYA)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 17 Juni 2016

Yang membuat pernyataan


(ARIF SHOLEH SOFIYANTO)

MOTTO

Bukanlah kebaikan itu dengan banyaknya harta dan anak, tetapi dengan banyaknya ilmu, besarnya kesabaran, mengungguli orang lain dalam, apabila berbuat kebaikan ia bersyukur dan bila berbuat salah(dosa) ia beristighfar kepada Allah.

(Ali bin Abi Thalib)

Hendaklah kamu semua mengusahakan ilmu pengetahuan itu sebelelum dilenyapkan. Lenyapnya ilmu pengetahuan ialah dengan matinya orang - orang yang memberikan atau mengajarkannya.

Seseorang itu tidaklah dilahirkan langsung pandai, jadi ilmu pengetahuan itu pastilah harus dengan belajar.

(Ibnu Mas'ud r.a)

Seberapa jauh langkah kita saat ini, hari ini, kehidupan saat ini. Tak lepas dari kisah kita dan perbaikan-perbaikan yang kita lakukan dari waktu ke waktu generasi ke generasi. Sebelum kita sampai saat ini untuk mencapai suatu yang lebih baik, untuk memperbaiki keadaan yang sudah ada dan menjadikan lebih baik untuk masa depan

(Arif Sholeh Sofiyanto)

Kau tak akan pernah tahu jika kau tak pernah mencoba.

Do it for your name

Do it for your pride and Be champions

Throw your hands up

And the world's gonna know your name

(Arif Sholeh Sofiyanto)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur terimakasih atas karya ini saya persembahkan special sebagai ungkapan rasa terimakasih yang takterhingga kepada :

- Allah SWT, atas segala rahmat, nikmat, kesehatan dan rezqi yang tak ternilai harganya.
- Bapak dan Ibu tercinta sebagai baktiku kepada beliau yang berjuang untuk saya, dukung saya, tak ada hentinya beliau mendoakan saya dan segala cinta serta kasih sayangnya yang telah diberikan dan curahkan.
- Adiku tersayang Melania Fitri Nur Indahsari yang telah memberikan doa, dukungan dan semangatnya.
- Kakek dan Nenek tersayang yang telah memberikan doa dan dukungannya.
- Teman-teman baik saya, Bayu Hendra Irawan, Dito ilham Akbar, Wahyu Safi'I, Bkti Jati, Pratama Yanuari Bahari, Eko Santoso, Novia Candra Utami, Nining Prawanti dan teman lain-lain. Terimakasih atas dukungan dan doa.

- Teman-teman seperjuangan saya
Budi Ardi Wiranata, Eko Santoso,
Garuda, Andika, Tio Adisivano
Adhi Bawono, Renaldi, Adi
jumiawan, Lissa, Merlin, Fitri, Devi,
- Teman dan Sahabat Saya Afandi,
Nanang, Riki, Erwan, Mulyanto,
Agus yang selalu mendukung dan
mendoa kan

ABSTRAKSI

Industri otomotif di Indonesia ini sedang meningkat, dan mengalami perkembangan yang sangat pesat, berbagai produk industry mengeluarkan produk terbaru mereka. Hal ini menyebabkan persaingan semakin ketat dalam industri otomotif di Indonesia. Para produsen berusaha berinovasi tapi tetap memenuhi permintaan konsumen. Salah satu perusahaan yang memperkenalkan produknya adalah Honda dengan produk mobilnya HR-V merupakan mobil jenis *Crossover Utility Vehicle* yang dikeluarkan HONDA pabrikan asal Jepang. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh citra merek, kualitas produk dan loyalitas konsumen Honda terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian asosiatif dengan teknik analisis regresi liner berganda. Populasi penelitian berjumlah 60 konsumen, teknik sampling yang digunakan *accidental sampling* dimana jumlah sampel 60 responden dihitung menggunakan rumus *slovin*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan loyalitas konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Manajemen perusahaan sebaiknya mampu menjaga *product image* yang sudah dikenal konsumen dengan cara mempertahankan, meningkatkan kualitas, dan menjaga hubungan baik kepada konsumen yang loyal kepada produsen.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, loyalitas konsumen, konsumen

ABSTRACT

The automotive industry in Indonesia is increasing, and has developed very rapidly, various car industry issued their latest product. This led to increasing fierce competition in the automotive industry in Indonesia. The producers are trying to innovate but still meet consumer demand. One company that introduced the Honda, with products HR-V car. HR-V is a car Crossover Utility Vehicle incurred Japan car manufacturer. The purpose of the study was to observasy the effect of brand image, product quality and loyalty of consumer Honda on consumer purchasing decision. Associative research methods with multiple linear regression analysis techniques. The study population amounted to 60 consumers, the sampling technique used accidental sampling where the sampel 60 respondents were calculated using the formula slovin. The result showed simultaneous brand image, product quality, and loyalty consumer have a positive and significant on purchase decisions. The management company should beable to keep product image that has been know to the consumer by maintaining, improving quality and keeping a good relationship to cunsumers are loyalty.

Keywords : *brand image, product quality, loyal consumers, consumers*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta Rasull kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan ajaran dan tuntunannya sehingga peneliti dapat dan mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda HR-V di Solo Raya. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mendapat gelar Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan baik materil non materil dari berbagai pihak. Oleh karenanya pada kesempatan yang berbahagia ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini :

1. Bapak Prof. Bambang Setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selalu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ijin menyusun Skripsi.
3. Bapak Drs. M. Farid Wajdi, MM.,Ph.D, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu-ilmu teori maupun terapan
5. Konsumen Honda HR-V di Solo Raya yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Bapakku Lanjar Sutarno dan Ibuku tercinta Sriyatun yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat hingga terselesaikan skripsi ini.
7. Adiku Melania Fitri Nur Indahsari yang selalu memberikan doa, dorongan dan semangat hingga terselesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman serta Bayu Hendra Irawan, Pratama Yanuari, Bakti Jati, Nining, Novia yang Suport dan membantu dalam skripsi ini.
9. Seluruh Responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner untuk penelitian.
10. Serta terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, bantuan dari semuanya sungguh berarti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan yang penulis miliki. Untuk saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan semoga Allah SWT membimbing, melindungi dan menyertai langkah kita. Amin Ya Rabbal ‘Allamin.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

Surakarta, 17 Juni 2016

Penulis

(Arif Sholeh Sofiyanto)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Citra Merek	14
3. Kualitas Produk	18
4. Loyalitas Konsumen	21
a. Defiisi Loyalitas	21
b.Tahap Peningkatan Loyalitas Pelanggan	21

5. Keputusan Pembelian	24
B. Kerangka Pemikiran	27
C. Penelitian Terdahulu	28
D. Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	31
B. Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	32
1. Definisi Oprasional	32
C. Data dan Sumber Data	36
1. Data	36
2. Sumber Data	36
D. Metode Pengumpulan Data	37
E. Desain Pengambilan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
3. Metode Pengumpulan Sampel	39
F. Metode Analisis Data dan Pengolahan Data	40
G. Alat Analisis Data dan Pengolahan Data	42
1. Uji Instrumen	42
a. Uji Validitas	42
b. Uji Relibilitas	43
2. Uji Asumsi Klasik	43
a. Uji Normalitas	44
3. Metode Alat Analisis Data	44
a. Analisis Regresi Linier Berganda	44
b. Uji t	45
c. Uji F	47
4. Nilai F Hitung	48
a. Koefisien Determinan	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Perkembangan Perusahaan	50
1. Profil Perusahaan	50
2. Spesifikasi Honda HR-V	53
B. Deskriptif Responden	59
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	60
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	61
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
C. Deskriptif Data	62

1. Variabel Citra Merek	62
2. Variabel Kualitas Produk	63
3. Variabel Loyalitas Konsumen	64
4. Variabel Keputusan Pembelian	64
5. Hasil Uji Deskripsi Data Penelitian	65
D. Uji Validitas dan Relibilitas	66
1. Uji Validitas	67
2. Uji Relibilitas	68
E. Uji Asumsi Klasik	69
1. Uji Normalitas	69
F. Metode Analisis Data	70
1. Analisis Regresi Linier Berganda	70
2. Uji t	71
3. Uji F	76
G. Uji Koefisien Determinasi	78
H. Pembahasan	78

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Keterbatasan Penelitian	83
C. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA	85
----------------------	----

LAMPIRAN	87
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Desain Kuesioner	38
Tabel 4.1	Karakteristik Umur	60
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3	Karakteristik Jenis Pekerjaan	62
Tabel 4.4	Diskripsi Data Citra Merek	62
Tabel 4.5	Diskripsi Data Kualitas Produk	63
Tabel 4.6	Diskripsi Data Loyalitas Konsumen	64
Tabel 4.7	Diskripsi Data Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.8	Hasil Uji Deskripsi Data Penelitian	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.10	Hasil Uji Realibilitas	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Normality	69
Tabel 4.12	Hasil Uji Linier Berganda	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	27
------------	--------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas
- Lampiran 4 Output SPSS Uji Reliability
- Lampiran 5 Output SPSS Uji Normalitas
- Lampiran 6 Output SPSS Uji Regression
- Lampiran 7 Table Values Of r (R)
- Lampiran 8 Table Values Of t (T)
- Lampiran 9 Table Values Of f (F)